

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

Циклова комісія економіко-математичних дисциплін і менеджменту



Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
Олексій ЖИЛЬЦОВ
_____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

для студентів

спеціальності

072 Фінанси, банківська справа
та страхування

освітньо-професійної програми

Фінанси і кредит

освітньо-професійного ступеня

фаховий молодший бакалавр



Київ-2023

Розробник: Казакова Вікторія Іванівна, викладач циклової комісії економіко-математичних дисциплін і менеджменту Фахового коледжу «Універсум» Київського університету імені Бориса Грінченка, кандидат економічних наук


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні циклової комісії економіко-математичних дисциплін і менеджменту

Протокол від « 31 » серпня 2022 р. № 1


Голова циклової комісії  Вікторія КАЗАКОВА

Робочу програму перевірено
« » _____ 20__ р.

Заступник директора
з навчально-методичної роботи  Оксана ГОЛОВЧАНСЬКА

Заступник директора з навчальної роботи  Яніна КАРЛІНСЬКА

Пролонговано:

на 2023/2024 н.р.  (Казакова), « 30 » 08 2023 р., протокол № 1

на 20__ /20__ н.р. _____ (_____), « _____ » _____ 20__ р., протокол № _____

на 20__ /20__ н.р. _____ (_____), « _____ » _____ 20__ р., протокол № _____

на 20__ /20__ н.р. _____ (_____), « _____ » _____ 20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників | Характеристика навчальної дисципліни |
|---|--------------------------------------|
| | денна форма навчання |
| Вид дисципліни | нормативна |
| Мова викладання, навчання, оцінювання | українська |
| Загальний обсяг кредитів / годин | 3 / 90 |
| Курс | 3 |
| Семестр | 5 |
| Кількість змістових модулів з розподілом: | 3 |
| Обсяг кредитів | 3 |
| Обсяг годин, в тому числі: | 90 |
| Аудиторні | 42 |
| Модульний контроль | 6 |
| Семестровий контроль | - |
| Самостійна робота | 42 |
| Форма семестрового контролю | залік |

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Основи ціноутворення» є формування у студентів базових компетентностей з теорії ціни і практики ціноутворення, розробки і реалізації цінової політики, ринкового ціноутворення.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Основи ціноутворення» є: вивчення поняття ціни і значення ціноутворення; ознайомлення з основними методами ціноутворення; аналіз чинників, що впливають на формування ціни; набуття практичних навиків формування цін; розуміння особливостей функціонування системи цін; оптимізація цінової політики.

Предмет: відносини, що виникають у процесі формування та встановлення цін.

У результаті вивчення навчальної дисципліни у студента мають бути сформовані такі **компетентності:**

| Номер в освітній програмі | Зміст компетентності | Номер теми, що розкриває зміст компетентності |
|---------------------------|--|---|
| Загальні компетентності | | |
| ЗК-5 | Здатність приймати обґрунтовані рішення | 4 - 11 |
| ЗК-7 | Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел | 1 - 11 |
| Фахові компетентності | | |
| ФК-1 | Базові знання наукових понять і методів, необхідних для розуміння принципів функціонування фінансової системи | 1 - 12 |
| ФК-4 | Володіння методологічною базою спостереження, ідентифікації, класифікації, аналізу, синтезу в професійній діяльності | 10 - 12 |
| ФК-15 | Здатність визначати, обґрунтовувати та брати відповідальність за професійні рішення | 2 - 12 |
| Предметні компетентності | | |
| | володіння понятійно-категорійним апаратом дисципліни | 1 - 12 |
| | здатність обґрунтовувати та оцінювати вплив ціноутворюючих факторів на різні показники виробництва | 2; 3 |
| | здатність формувати ціни на продукцію, товари, роботи, послуги в конкретних ринкових умовах | 4 - 11 |
| | здатність розробляти і аналізувати маркетингову цінову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації | 8 - 11 |

3. Результати навчання за дисципліною

В результаті вивчення дисципліни студент:

- застосовує професійно-профільованих знань у фінансовій сфері відповідно до видів роботи (ПРН-1);
- застосовує компетентності, набуті при вивченні спеціалізованих фахових дисциплін, в процесі розв'язання практичних задач (ПРН-19);
- знає теоретичні основи ринкового ціноутворення;
- знає основні законодавчо-нормативні акти у сфері ціноутворення;
- обирає методи ціноутворення в залежності від ринкових умов, сфери і цілей діяльності підприємства та ефективно використовувати ці методи на практиці.
- знає закономірності формування стратегії і тактики ціноутворення, вміє застосовувати їх у практичній діяльності;
- вміє оцінити еластичність попиту;
- оцінює безбитковість цінових рішень;
- вміє знаходити, оцінювати і використовувати інформацію для обґрунтування ціни.

4. Структура навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів, тем | Усього | Розподіл годин між видами робіт | | | | | |
|---|-----------|---------------------------------|-----------|-----------|-------------|---------------|------------|
| | | Аудиторна | | | | | Самостійна |
| | | Лекції | Семінари | Практичні | Лабораторні | Індивідуальні | |
| Змістовий модуль 1. Основи ціни і ціноутворення | | | | | | | |
| Тема 1. Теоретичні основи ціни | 7 | 2 | 2 | | | | 10 |
| Тема 2. Види, структура і функції ціни | 7 | 2 | 1 | | | | |
| Тема 3. Чинники, що впливають на ціноутворення | 6 | 2 | 1 | | | | |
| Модульна контрольна робота | 2 | | | | | | |
| Разом за змістовим модулем 1 | 22 | 6 | 4 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| Змістовий модуль 2. Управління і регулювання ціни та ціноутворення | | | | | | | |
| Тема 4. Витрати як основа ціноутворення | 8 | 2 | 2 | | | | 16 |
| Тема 5. Методи ціноутворення | 8 | 2 | 2 | | | | |
| Тема 6. Помилки, ризики і коригування цін | 8 | 2 | 2 | | | | |
| Тема 7. Прийняття рішень щодо визначення ціни | 8 | 2 | 2 | | | | |
| Модульна контрольна робота | 2 | | | | | | |
| Разом за змістовим модулем 2 | 34 | 8 | 8 | 0 | 0 | 0 | 16 |
| Змістовий модуль 3. Особливості ціноутворення в ринкових умовах | | | | | | | |
| Тема 8. Цінова політика підприємства | 8 | 2 | 2 | | | | 16 |
| Тема 9. Маркетингові стратегії ціноутворення | 8 | 2 | 2 | | | | |
| Тема 10. Ціноутворення на ринку товарів і послуг | 8 | 2 | 2 | | | | |
| Тема 11. Державне регулювання ціноутворення | 8 | 2 | 2 | | | | |
| Модульна контрольна робота | 2 | | | | | | |
| Разом за змістовим модулем 3 | 34 | 8 | 8 | 0 | 0 | 0 | 16 |
| Разом | 90 | 22 | 20 | 0 | 0 | 0 | 42 |

* з урахуванням модульних контрольних робіт (6 год.)

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи ціни і ціноутворення

Тема 1. Теоретичні основи ціни

Суть процесу ціноутворення. Структура цінового механізму. Основні системи ціноутворення. Загальноекономічні критерії формування ціни. Принципи ціноутворення.

Ціна як елемент маркетингового комплексу підприємства. Особливості ціни в маркетингу. Вплив стадій життєвого циклу товару на формування ціни.

Роль ціни у конкурентній боротьбі. Етапи розробки якісної політики ціноутворення підприємства. Діагностичні зони аналізу конкурентів. Сили і фактори інтенсивності конкуренції (за М. Портером).

Цінова еластичність попиту. Взаємозв'язок характеру попиту, ціни та обсягу збуту підприємства. Перехресна еластичність попиту. Характеристика зміни еластичності попиту. Коефіцієнт еластичності (Ер). Еластичний і нееластичний попит.

Ключові слова: ціна, ціноутворення, ціновий механізм, конкуренція, попит, еластичний попит.

Література: [1 – 8; 10].

Тема 2. Види, структура і функції ціни

Види цін залежно від типів ринку. Типи ринків. Особливості цінової політики підприємств залежно від типу ринку.

Система цін в умовах ринку. Класифікація системи цін. Види цін залежно від стадії товароруху. Види цін. Вільні, регульовані і фіксовані ціни.

Рівень та структура ціни. Структурно-логічна схема формування цін реалізації товарів.

Характеристика окремих елементів ціни. Загальні витрати підприємства. Типи нормативів рентабельності. Розрахунок ціни на основі знижки. Фактори, що визначають рівень торговельної знижки. Розрахунок ціни продажу товару. Особливості визначення суми непрямих податків. Митна вартість придбаних товарів.

Функції ціни. Основні функції цін та їх взаємозв'язок.

Ключові слова: види цін, система цін, торговельна знижка, елементи ціни, функції ціни.

Література: [1 – 8; 10].

Тема 3. Чинники, що впливають на ціноутворення

Зовнішні і внутрішні фактори. Система факторів ціноутворення. Класифікація зовнішніх і внутрішніх факторів.

Чинники, що викликають зниження та підвищення цін. Загальноекономічні критерії формування цін.

Чинники, що впливають на цінову чутливість споживачів. Категорії покупців за сприйняттям цін і орієнтацією в покупках. Чутливість покупців до ціни залежно від факторів її важливості.

Ключові слова: зовнішні фактори ціноутворення, внутрішні фактори ціноутворення, чинники зміни цін, чутливість покупців до ціни.

Література: [1 – 8; 10].

Змістовий модуль 2. Управління і регулювання ціни та ціноутворення

Тема 4. Витрати як основа ціноутворення

Сутність та роль витрат у функціонуванні підприємства. Нормативно-правове забезпечення процесу формування витрат підприємства.

Класифікація витрат підприємства. Динаміка витрат залежно від обсягів виробництва.

Поняття і структура собівартості продукції. Склад собівартості реалізованої продукції. Склад виробничої собівартості готової продукції.

Витрати, що не включаються до собівартості реалізованої продукції.

Ключові слова: витрати, витрати виробництва, собівартість виробництва, собівартість реалізації.

Література: [2 - 10].

Тема 5. Методи ціноутворення

Витратний підхід до ціноутворення. Традиційний підхід до ціноутворення. Методи витратного ціноутворення. Кваліфікація фахівця з ціноутворення.

Маркетинговий підхід до ціноутворення. Процес ціноутворення на основі маркетингу. Класифікація споживачів залежно від орієнтації на ціни. Маркетингові рішення в галузі ціноутворення на підприємстві.

Класифікація методів ціноутворення. Діапазон встановлення рівня цін. Основні методи ціноутворення. Розрахунок ціни на основі повних витрат. Переваги і недоліки методу визначення ціни на основі повних витрат. Метод структурної аналогії. Графік беззбитковості. Розрахунок ціни на основі «цінності товару для споживача».

Ціноутворення залежно від витрат, конкуренції, попиту. Концепції визначення цін на продукцію.

Ключові слова: методи ціноутворення, витратне ціноутворення, маркетингове ціноутворення, концепції цін.

Література: [2 - 10].

Тема 6. Помилки, ризики і коригування цін

Ціновий ризик, його сутність та особливості визначення. Прояв цінового ризику в ринковій ситуації. Чинники, які найбільш часто використовують при визначенні ступеня цінового ризику. Основні етапи ступеня цінового ризику.

Причини ініціативного зниження та підвищення цін. Форми диверсифікації цін. Алгоритм визначення необхідного зростання обсягу продажу при зниженні ціни.

Способи підвищення і зниження ціни. Цінові знижки. Торговельні націнки.

Ключові слова: ціновий ризик, коригування цін, диверсифікація цін, цінова знижка, торговельна націнка.

Література: [2 - 10].

Тема 7. Прийняття рішень щодо визначення ціни

Класифікація цілей ціноутворення.

Процедура аналізу попиту та витрат на товар. Реакція попиту на ціну.

Аналіз конкурентного середовища, конкурентної структури ринку та цін конкурентів. Сегментний аналіз ринку і конкуренції.

Процес встановлення остаточних цін. Закони встановлення кінцевої ціни. Додаткові умови, які впливають на процес формування кінцевої ціни. Види ринкового ціноутворення.

Ключові слова: прийняття рішення, аналіз попиту на товар, аналіз витрат на товар, остаточна ціна, кінцева ціна.

Література: [2 - 10].

Змістовий модуль 3. Особливості ціноутворення в ринкових умовах

Тема 8. Цінова політика підприємства

Сутність, принципи і завдання цінової політики. Наукові підходи до визначення цілей цінової політики. Взаємозв'язок чинників ефективності цінової політики виробничого підприємства і рівня досягнення ним поставлених цілей діяльності.

Внутрішні і зовнішні фактори забезпечення цінової політики.

Етапи процесу формування цінової політики підприємства. Стратегічний трикутник цінової політики.

Ключові слова: цінова політика підприємства, цілі цінової політики, ефективність цінової політики, фактори забезпечення цінової політики.

Література: [2 - 10].

Тема 9. Маркетингові стратегії ціноутворення

Визначення сутності стратегії та її місця в процесі ціноутворення. Розвиток наукової думки у сфері стратегічного управління підприємством. Етапність формування стратегії підприємства. Основні підходи до визначення стратегії підприємства. Підходи до визначення поняття «стратегія» та «стратегія підприємства».

Класифікація цінових стратегій залежно від рівня цін.

Види цінових стратегій залежно від характеристик покупців і рівня конкуренції.

Цінові стратегії на основі матриці «ціна-якість». Типи цінових стратегій та їх економічні характеристики.

Оцінювання і вибір цінової стратегії підприємства. Стратегічні цілі та стратегія розвитку суб'єкта господарювання. Цінова стратегія підприємства в стратегічні зони господарювання.

Ключові слова: цінова стратегія, цінова стратегія підприємства, стратегічне управління, вибір цінової стратегії, стратегічні цілі.

Література: [2 - 10].

Тема 10. Ціноутворення на ринку товарів і послуг

Особливості ціноутворення на ринку споживчих товарів та послуг. Система цін на підприємствах легкої та харчової промисловості. Склад і структура відпускних цін.

Динаміка і склад роздрібних цін на споживчі товари. Динаміка цін у роздрібній торгівлі. Помісячні індекси середніх цін. Узагальнюючі індекси по непродовольчих товарах. Індекси реальної заробітної плати та реальних доходів населення.

Тарифи на головні види послуг. Індекси цін реалізації платних послуг. види пасажирських тарифів. Плата за проїзд пасажирів. тарифи на повітряному транспорті.

Квартирна плата і тарифи на комунальні послуги. Перелік послуг, що включаються до квартирної плати.

Ціноутворення в сільському господарстві. Особливості ціноутворення і цін на сільськогосподарську продукцію. Формування цін на продукцію рослинництва і тваринництва.

Еквівалентність обміну і ціновий паритет.

Ключові слова: ціни на споживчі товари, ціни на послуги, індекс цін, ціни у роздрібній торгівлі, плата, тариф.

Література: [1 - 10].

Тема. 11. Державне регулювання ціноутворення

Основні методи державного регулювання цін. Форми державного регулювання цінової політики підприємства. Класифікація методів державного регулювання.

Прямі (безпосередні) та непрямі методи державного регулювання цін і умови їх застосування. Форми і методи державного регулювання цін.

Методи антимонопольного цінового контролю. Державний контроль за цінами. Органи, що здійснюють державний контроль за цінами. Види цін монопольного ціноутворення. Фактори встановлення дискримінаційних цін. Порушення державної дисципліни цін.

Ключові слова:

Література: [1 - 10].

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень

| Вид діяльності студента | Максимальна кількість балів за одиницю | Модуль 1 | | Модуль 2 | | Модуль 3 | |
|--|--|----------------------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|
| | | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів |
| Відвідування лекцій | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Відвідування семінарських занять | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Робота на семінарському занятті | 10 | 1 | 10 | 2 | 20 | 2 | 20 |
| Виконання завдань для самостійної роботи | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 |
| Виконання модульної роботи | 25 | 1 | 25 | 1 | 25 | 1 | 25 |
| Разом | | - | 45 | - | 58 | - | 58 |
| | | Максимальна кількість балів: 161 | | | | | |
| | | Розрахунок коефіцієнта: 1,61 | | | | | |

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Виконання самостійної роботи опрацювання питань та написання рефератів за відповідною темою.

1. Залежність ціноутворення від типу ринку.
2. Зміст законів попиту та пропозиції.
3. Встановлення ціни ринкової рівноваги як тенденції.
4. Ціннісний підхід до встановлення цін.
5. Витратний тип ціноутворення.
6. Види цін за сферами їх застосування.
7. Законодавство України про ціноутворення.
8. Організація державного контролю за цінами.
9. Розрахунок індексів зміни цін.
10. Демпінгове ціноутворення
11. Цілі цінової політики.
12. Фактори, що формують цінову політику виробник.
13. Сутність зниження цін без розрахунку розміру знижки.
14. Етапи розробки цінової стратегії підприємства.
15. Цінові стратегії активної політики ціноутворення.
16. Метод “система стандарт-кост”.
17. Метод встановлення ціни на основі прямих витрат “директ-костінг”.
18. Метод “маржинал-костінг”.

19. Маркетинговий комплекс у ціноутворенні.
20. Взаємозв'язок ефективності реклами і ціни продукції.
21. Основні види знижок і надбавок до цін.
22. Вплив каналів товароруку на розмір кінцевої ціни торговими надбавками.
23. Методи цінової і нецінової конкуренції.
24. Конкурентний лист: задачі складання, структура.
25. Оцінка ефективності експорту.
26. Роль антидемпінгового законодавства в захисті національного виробника.
27. Зміст умов ІНКОТЕРМС по групах умов поставок товарів.

Шкала оцінювання самостійної роботи

| Бали за виконання самостійної роботи | Значення оцінки |
|--------------------------------------|---|
| 5 | Високий рівень підготовки матеріалу з можливими, незначними недоліками |
| 4 | Достатньо високий рівень підготовки матеріалу, відповідь структурована, дано характеристику більшості елементів |
| 3 | В цілому добрий рівень підготовки матеріалу, відповідь структурована, дано характеристику незначній кількості елементів |
| 2 | Посередній рівень підготовки матеріалу, структура відповіді відсутня, дано характеристику певній частині елементів |
| 1 | Структура відповіді відсутня, дано характеристику незначній кількості елементів за вибором студента |
| 0 | Відсутність виконаного завдання винесеного на самостійне опрацювання студента або абсолютна не відповідність матеріалу, що підготував студент, питанню винесеного на самостійне опрацювання |

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Для визначення успішності навчання використовуються контрольні заходи, зокрема, модульний контроль. Проводиться з метою оцінки результатів навчання після закінчення вивчення певного змістового модулю.

Під час вивчення дисципліни використовуються такі форми модульного контролю: вирішення тестових і ситуаційних завдань;

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Під час вивчення дисципліни застосовується така форма семестрового контролю як залік. Виставляється за результатами виконання студентами програми курсу.

7. Навчально-методична карта дисципліни «Основи ціноутворення»

Разом: 90 год., лекції – 22 год., семінарські заняття – 20 год., самостійна робота – 42 год., модульний контроль – 6 год.

| Модулі | Назва модуля | Кількість балів за модуль | Теми лекцій | Теми семінарських занять | Самостійна робота | Види поточного контролю |
|----------------------|--|---------------------------|--|--|-------------------|---|
| Змістовий модуль I | Основи ціни і ціноутворення | 45 балів | Тема 1. Теоретичні основи ціни | Тема 1. Теоретичні основи ціни | 5 балів | Модульна контрольна робота 1 (25 балів) |
| | | | Тема 2. Види, структура і функції ціни | Тема 2. Види, структура і функції ціни | | |
| | | | Тема 3. Чинники, що впливають на ціноутворення | Тема 3. Чинники, що впливають на ціноутворення | | |
| Змістовий модуль II | Управління і регулювання ціни та ціноутворення | 58 балів | Тема 4. Витрати як основа ціноутворення | Тема 4. Витрати як основа ціноутворення | 5 балів | Модульна контрольна робота 2 (25 балів) |
| | | | Тема 5. Методи ціноутворення | Тема 5. Методи ціноутворення | | |
| | | | Тема 6. Помилки, ризики і коригування цін | Тема 6. Помилки, ризики і коригування цін | | |
| | | | Тема 7. Прийняття рішень щодо визначення ціни | Тема 7. Прийняття рішень щодо визначення ціни | | |
| Змістовий модуль III | Особливості ціноутворення в ринкових умовах | 58 балів | Тема 8. Цінова політика підприємства | Тема 8. Цінова політика підприємства | 5 балів | Модульна контрольна робота 3 (25 балів) |
| | | | Тема 9. Маркетингові стратегії ціноутворення | Тема 9. Маркетингові стратегії ціноутворення | | |
| | | | Тема 10. Ціноутворення на ринку товарів і послуг | Тема 10. Ціноутворення на ринку товарів і послуг | | |
| | | | Тема 11. Державне регулювання ціноутворення | Тема 11. Державне регулювання ціноутворення | | |

8. Рекомендована література

Базова література

1. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 №5007-VI.
URL : <https://zakon.rada.gov.ua/go/5007-17>
2. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення : опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форми навчання. Миколаїв: МДАУ, 2017. 100 с.
3. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи : навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.

Додаткова література

4. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2017. 524 с.
5. Дідченко О.І., Бобко Н.А. Ціноутворення та цінова політика. Навч. посіб. Запоріжжя: Видавництво ЗДІА, 2014. 126 с.
6. Корінев В.Л. Маркетингова цінова політика. ЦУЛ, 2019. 200 с.
7. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення : навч. посіб. Львів : Вид-во "Інтелект-Захід", 2016. 488 с.
8. Соколов М., Горлач М., Гущенко В. Економічна теорія. навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2019. 532с.
9. Ціноутворення: Розрахункова робота [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка» спеціалізації «Економіка підприємства». КПІ ім. Ігоря Сікорського; К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 55 с.
10. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення : Навч. посіб. К. : Кондор, 2015. 214 с.

9. Додаткові ресурси

1. Законодавство України. Офіційний WEB-портал Верховної Ради України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Міністерство фінансів України. Офіційний WEB-портал. URL : <https://www.minfin.gov.ua/>.
3. Державна служба статистики. URL : <https://ukrstat.gov.ua/>
4. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. Офіційний WEB-портал. URL : www.nbuv.gov.ua.